Obsah

Seznam obrázků 8
Seznam tabulek 10
Značky a symboly v učebním textu 11
Předmluva 12

1. KAPITOLA: EVENT MANAGEMENT JAKO OBOR 15
1.1 Základní pojmy event managementu 16
1.2 Obory spjaté s event managementem a fáze procesu v rámci event managementu 21
1.2.1 Základní znalosti potřebné pro realizaci eventu v jeho různých fázích 22
1.3 Literatura a základní zdroje informací o oboru 23

2. KAPITOLA: EVENT MANAŽER: PROFIL PROFESE 29
2.1 Profil a charakteristika eventových manažerů 30
2.2 Označení odbornosti a zaměření eventového manažera 33
2.2.1 Příklady zaměření event manažerů 35

3. KAPITOLA: ČLENĚNÍ EVENTU PODLE OČEKÁVÁNÍ, MOTIVACE, KONCEPTU A PROGRAMU 41
3.1 Eventový koncept. Role motivace a očekávání. 42
3.1.1 Psychologické pozadí eventů: motivace a očekávání 42
3.1.2 Pojetí akce: formální versus neformální styl 44
3.1.3 Role dress code 45
3.2 Eventový program 46

4. KAPITOLA: DODAVATELSKÝ SEGMENT. TYPY VENUES. SET-UP 53
4.1 Dodavatelský segment: venues (včetně hotelů) a set-up 54
4.1.1 Hotely 55
4.1.2 Konferenční uspořádání neboli set-up 56
4.1.3 Další významná netypická eventová venues (kromě hotelů) 60
4.1.4 Specifičnost netypických venues pohledem smluvní strany event manažera 62
4.2 Dodavatelský segment: ostatní dodavatelé 63
4.2.1 Cateringové společnosti a restaurace pro skupinové akce 63
4.2.2 Doprava během eventu 64
4.2.3 Hostesky, průvodci, programové agentury a dodavatelé technických řešení a dekorací 66

5. KAPITOLA: EVENT MANAGEMENT V MEZINÁRODNÍM PROSTŘEDÍ. VÝBĚR VHODNÉHO MENU A DALŠÍ DŮLEŽITÉ ASPEKTY. 73

5.1 Výběr vhodného jídla a pití v mezinárodním eventovém prostředí 74

5.1.1 Výběr menu pro mezinárodní event: obecný kontext 74

5.1.2 Výběr menu pro mezinárodní event: zdůvodnění výběru uvedených příkladů 75

5.2 Specifika mezinárodního eventového managementu: interkulturní aspekty, role víry a národních odlišností 77

5.2.1 Příklady mezikulturních odlišností, které je třeba respektovat v mezinárodním eventovém managementu 78

5.2.2 Mezinárodní a mezikulturní eventový management: nevhodné a časté chyby eventových manažerů 78

6. KAPITOLA: ZÁKLADY SMLUVNÍHO PROCESU A SMLUVNÍCH NÁLEŽITOSTÍ V EVENT MANAGEMENTU 85

6.1 Základní složky eventové smlouvy s důrazem na prostředí hotelu a dalších speciálních venues 86

6.1.1 Druhy rezervací v hotelech předcházející podpisu smlouvy 86

6.1.2 Nezbytné součásti smluvního dokumentu v prostředí hotelu (a jiných speciálních venues) 88

6.1.3 Další části eventových smluv 91

6.1.4 Ochrana práv, osobních údajů a GDPR 92

7. KAPITOLA: EXTERNÍ KRIZE POSTIHUJÍCÍ EVENT MANAGEMENT 99

7.1 Přehled hlavních krizí v event managementu 100

7.2 Pandemie covid-19 jako největší krize v eventovém managementu za poslední dobu. Dopady v segmentu mezinárodních businessových cest a eventů. 101

8. KAPITOLA: EVENT MARKETING A EVENTOVÁ KOMUNIKACE. ZÁSADNÍ ROLE EVENT MARKETINGU PŘI PROPAGACI EVENTOVÝCH DESTINACÍ SVĚTOVÉHO VÝZNAMU, JAKO JE PRAHA 107

8.1 Komunikace jako základ úspěšného eventu i efektivního event marketingu 108

8.1.1 Druhy eventové komunikace a komunikační kruh 109

8.1.2 Základní pojmy a definice event marketingu a jeho role v komunikačním mixu 110

8.1.3 Komunikační kruh a event marketing 112

8.1.4 Komunikační kruh u specifické akce na příkladu z praxe aneb event management a event marketing jako neoddělitelné součásti úspěšného eventu 113

8.2 Marketing a image eventové destinace jako úspěch mezinárodního eventového managementu (MICE) 114

8.2.1 ICCA 115

8.2.2 Nejúspěšnější MICE meetingové destinace celosvětově 115

8.3 Světově úspěšné event marketingové kampaně: ukázka na firmě Red Bull 117
8.3.1 Pilíře úspěchu mezinárodního eventového marketingu Red Bull 117
8.3.2 Flugtag (Letecký den) jako extrémně úspěšná event marketingová akce Red Bullu 118
8.4 Trendy a aktuální dění v eventovém marketingu a managementu 119

Glosář 122
Literatura 126
Vzorový test 134